

ニッポンの観光の未来を考える

訪日外国人観光客を増やすため、日本は何をアピールすべきなのか。海外から見た日本の魅力とは。

日本文学研究者で東京大学大学院のロバート・キャンベル教授と、上海出身で日本の観光庁の広域周遊ルート検討委員を務めたインバウンドビジネスコンサルタントである株式会社ランドリームの原田 劉 静織社長という日本をよく知る2人が語り合いました。

【対談】
地方創生
×
インバウンド
①



日本文学研究者
東京大学大学院教授

ロバート・キャンベル

インバウンドビジネスコンサルタント
株式会社ランドリーム代表取締役

原田 劉 静織

ロバート・キャンベル●ニューヨーク生まれ。1981年カリフォルニア大学バークレー校卒業。1984年ハーバード大学大学院東アジア言語文化学科博士課程修了、1992年文学博士。1985年に九州大学文学部研究生として来日。同学部専任講師、国立・国文学研究資料館助教授を経て、2000年に東京大学大学院総合文化研究科助教授に就任。2007年から現職。専門は近世・近代日本文学。

はらだ・りゅう・しおり●中国上海生まれ。1995年上海外国語大学日本語学科卒業。1996年に来日、青山学院大学経営学部卒業後、IT企業を中心にビジネスデベロップメント&マーケティングを経験する。2013年にトリップアドバイザー代表取締役社長に就任し、観光庁広域周遊ルート検討委員会委員を務める。2015年7月より現職。

ていると思います。

日本に来る観光客は大多数が日本語を学ばずに来ると思うのですが、言葉から入っていきけるような体験ができればいいと思います。

原田●最近、山形県天童市の広重博物館に行ってきました。最初は何もわからないまま館内を回っていたのですが、案内サービスのの方に15分くらい作品の経緯やストーリーを説明していただいただけで、自分でも驚くほど歌川広重のファンになりました。広重が天童市で何をしてたのがわかったことによつて、天童市を巡るときの風景が全く違って見えたのです。言葉で理解するというのは非常に大事ですね。

日本の魅力。 何をアピールすべきか。

キャンベル●日本の魅力を語るときに、最近ではシームレスという言葉が浮かびます。非常に発達した交通機関があつて、自在に空間を動けると同時に、時間の軸も移動できる。東京の街では、未来を感じさせる場所もあれば、そこから歩いて10分くらいのところには大正時代あるいは戦後の日本がある。私が生まれ育ったニューヨークのマンハッタンはきれいに区画が整備さ

れた街ですが、東京に比べるとサブライズが少ない。いろいろなことを想像しながら歩いていけるというのは、東京の魅力だと思います。

原田●日本に来る人が劇的に増えている背景として、近隣の国の経済が発展して余裕ができたことが大きいと思います。日本はお金がかかる国というイメージが定着していましたが、この1、2年間、円安もあり日本に来やすくなりました。

日本がアピールすべき魅力について、何が観光客の心に「刺さる」かは国によつて違います。宗教や文化の背景もありますし、個人の動機や目的も違つていて、ひとつに絞ることが非常に難しい。そうすると、日本らしいところをきちんとアピールすれば十分ではないかと思つています。例えば、渋谷交差点がすごいと思つたことは、日本人にはないですよ。それが世界で話題になつていくということは、日常生活そのものが魅力なのだと思います。

キャンベル●日比谷線に乗っていると、とても愉快ですよ。日比谷線は六本木、銀座、築地、秋葉原を通つて下町のほうにつながつていて、3回くらい外国人観光客のタイプが変わるので、こうした日常生活にある成功体験を少し棚卸していくよと思つています。

海外の評価。 日本はどう映つているか。

原田●世界経済フォーラムが旅行・観光分野でのランキングをまとめています。141の国と地域を対象に、交通インフラや安全など14項目を点数化していて、2015年は日本は9位で、アジアではトップでした。日本には潜在的な魅力が十分ある。これからの日本に必要なことはふたつ。アピール、そして地方への分散ですね。

アピールは、相手に伝わるような内容にしないと意味がありません。その点、日本人は遠慮がちなところがあります。伝え方についても、ソーシャル化やデジタル化にもっと取り組んでほしいというのが私の思いです。

キャンベル●The Guardian というイギリスの新聞で、さまざまな基準で世界のどの都市が際立つていくかという記事がありました。それによると世界で一番安全な街は、東京です。記事では非常に広範囲に安全というものをとらえていて、夜道を女性が一人で歩けるかといったことだけでなく、例えばバスが時間通りにくるか、病気になるかときはどうかということも含んでいます。少なくとも欧米諸国では、安全の先にある安心というもの

来日のきっかけ。 2人の共通点とは。

キャンベル●僕の場合、日本文学の研究のために日本に来ました。1年間くらいでアメリカに帰り、博士号の論文を書き上げて提出する、そこから渡り鳥のように生涯、日本とアメリカを行ったり来たりするというのをなんとなく想像していました。

来てみると、文学で描かれている日本と今の日本の違いが少しずつ見えなくて、ここで自分のキャリアとして日本文学を研究していこうと思うようになりました。

原田●私が勉強していた上海外国語大学ではドイツ語、英語、日本語のなかからひとつを選択することになっていて、私の母から、できれば日本語を専攻してほしいというリクエストがありました。母は日本に興味があつて日本語を少し勉強していて、よく「女性が使う言葉のなかで日本語が一番美しい」といつていたのです。

キャンベル●原田さんのお母さまは、自分の娘が社会で強くなやかに生きていくうえで、日本語を学ぶことによつて女性として磨きをかけることを期待していたのかもしれませんが、言葉がチャンネルという点は僕と共通し

非常に価値を置いている。乗り物に乗つていても食事をしてもそうです。他の地域と日本が比べられているわけです。悪いことが起きない。それが安全。セールスポイントとしては消極的な気がしてはいたのですが、その周りにいろいろなことがくつつかつていて、非常に強い磁力を發揮しているということに最近、気がつきました。

地方の課題。 地方がすべきこと。

原田●東京はたくさんの方々が常にいる状況になってきていて、国際都市らしくていいと思つています。問題なのは、飽和状態ですね。都内のホテルの稼働率は、繁忙期には90%台の後半。これはまったく空室がないということです。個人がコースや宿泊施設を自由に決める旅行が増えているなかで、東京がさばききれない分をどのように地





方に分散させていくかが重要です。

キャンベル●アジアの人にとって、例えば海外と博多の貿易というものがストーリーを持っていることもあり、九州は非常に訪れやすいところです。最近では宮崎県の日南市の油津に、港を整備した甲斐もあって大型のクルーズ船で4000人くらいの中国の観光客が一度にやってきました。博多や長崎で爆買いした後で来るようです。地元の方に話を聞いてみると「何かを体験してもらうことを重視しています。長い目でみて何度も来てくれればそれでいい」と。爆買いモデルを転換させようとしているように感じました。地方が何を求められ、どう応じていくか。ひよっとしたら宮崎の日南で、次世代の観光のあり方に風を通してくれるのではないかなと思います。

原田●観光は一日で成果が出るものはありません。インフラを整備しないと観光客は来ない。観光客が来るかど

うかもわからないのにインフラを整備できない。そうした問題に答えを出し、成功している地域には、リーダーシップやイニシアチブを取るような人物や組織が自治体であれ、民間であれ、必ず存在します。

キャンベル●日本の地域社会では、強いリーダーシップの持ち主が出てくはないですか？

原田●確かに出てくれないと思います。すべての組織論でも言えることです。が、改革する人というのは最初は少数派ですよ。そういった少数派の人たちに引っ張ってもらうことも重要だと思います。

キャンベル●若い人たちの起業精神にもつながりますね。そういう人たちの声が出やすいように、そしていろいろなところに届くように、私たちはそれぞれの立場で支えたり伝えたりしないといけないですね。

僕が地域の方々にぜひやってもらいたいと思うのは、町を一筆書きでたどれるようにすること。散歩するときにルートにストーリーがあつて、いろいろな境目を越えながら2時間、半日と歩ける。例えば今日は江戸時代から明治初期をテーマに町を歩こうとしたときに、谷根千から上野を歩いてみるとか、外国人のために、あるいは

外国人と一緒に町を意識し直す、地図を書き直す努力をしていくと非常にいいのではないかと思います。

原田●特に欧米の個人観光客では、詰め込んだスケジュール通りに動くのではなく、今日は公園でゆったりと散歩といった自由な旅行がすごく増えています。私も頼まれて、散歩コースをいくつか作ったのですが、そういう需要は確かにあるのです。

エアラインへの期待。 未来のために。

キャンベル●海外からの観光客は、国際線で日本にきて、国内の移動は新幹線などを使うケースが多いと思います。観光客は税関を出ると、航空公司との関係が終わってしまします。JALを選んだことによるサプライズがあれば素敵ですね。例えば個人旅行の観光客が空港に降り立つたらずぐに車が待っているというような、旅行のコンシェルジュのようなことを少なくとも1日か2日くらい面倒を見てもらえるといいなと思います。

原田●日本の航空会社のサービスは桁違いのクオリティですよ。JALも既に素晴らしい基盤がありますので、世界の旅人の憧れの存在になってほし



いと思います。ポイントになるのはグローバルとのつながりですね。ワールドのライアンスとして何ができるか。1社だけで取り組むよりも、グローバルで動くと、わくわくするようなこともたくさんあると思います。